

МИНИСТЕРСТВО НАУКИ И ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ

**федеральное государственное автономное  
образовательное учреждение высшего образования  
«Национальный исследовательский Нижегородский государственный университет  
им. Н.И. Лобачевского»**

Дзержинский филиал ННГУ

---

УТВЕРЖДЕНО  
решением Ученого совета ННГУ  
протокол № 15 от 24.12.2025 г.

**Рабочая программа дисциплины**

Проектирование Startup

---

Уровень высшего образования  
Бакалавриат

---

Направление подготовки / специальность  
40.03.01 - Юриспруденция

---

Направленность образовательной программы  
Цивилистика и гражданское судопроизводство

---

Форма обучения  
очная, очно-заочная

---

г. Дзержинск

2026 год начала подготовки

## 1. Место дисциплины в структуре ОПОП

Дисциплина ФТД.02 Проектирование Startup является факультативом в образовательной программе.

## 2. Планируемые результаты обучения по дисциплине, соотнесенные с планируемыми результатами освоения образовательной программы (компетенциями и индикаторами достижения компетенций)

Формируемые компетенции (код, содержание компетенции)	Планируемые результаты обучения по дисциплине (модулю), в соответствии с индикатором достижения компетенции		Наименование оценочного средства	
	Индикатор достижения компетенции (код, содержание индикатора)	Результаты обучения по дисциплине	Для текущего контроля успеваемости	Для промежуточной аттестации
УК-10: Способен принимать обоснованные экономические решения в различных областях жизнедеятельности и	<p>УК-10.1: Знает основные законы и закономерности функционирования экономики</p> <p>УК-10.2: Владеет знаниями основ экономики при решении социальных и профессиональных задач.</p> <p>УК-10.3: Использует знания и навыки в области финансовой грамотности, позволяющих правильно оценивать ситуацию в экономике и принимать разумные поведенческие решения</p> <p>УК-10.4: Применяет методы личного экономического и финансового планирования для достижения текущих и долгосрочных финансовых целей, использует финансовые инструменты для управления личными финансами (личным бюджетом), контролирует собственные экономические и финансовые риски</p>	<p>УК-10.1:</p> <p>Знать: основные теории функционирования инновационной экономики и технологического предпринимательства, принципы организации, управления и оценки инновационно-предпринимательской деятельности; меры государственной поддержки инновационной деятельности и развития инновационной экосистемы; основы коммерциализации инноваций и развития высокотехнологического бизнеса.</p> <p>Уметь: планирование и проектирование коммерциализации результатов интеллектуальной деятельности в форме стартапа, коммерческого контракта, лицензионного договора; формирование проектных команд; выбор бизнес-модели и разработка бизнес-плана; анализ рынка и прогнозирование продаж, анализ потребительского поведения, разработка IP-стратегии проекта, проведение оценки</p>	Тест	Зачёт: Контрольные вопросы

		<p>эффективности инновационной деятельности, анализ рисков развития компании Владеть: приемы работы на рынке коммерциализации высоких технологий с использованием моделей Productdevelopment и Customerdevelopment; использование технологий бережливого стартапа (lean) и гибкого подхода к управлению (agile), технологии разработки финансовой модели проекта; проведение переговоров с инвесторами и публичных презентаций проектов (питчей).</p> <p>УК-10.2: Владеет знаниями основ экономики при решении социальных и профессиональных задач.</p> <p>УК-10.3: Использует знания и навыки в области финансовой грамотности, позволяющих правильно оценивать ситуацию в экономике и принимать разумные поведенческие решения</p> <p>УК-10.4: Применяет методы личного экономического и финансового планирования для достижения текущих и долгосрочных финансовых целей , использует финансовые инструменты для управления личными финансами (личным бюджетом), контролирует собственные экономические и финансовые риски</p>		
<p>УК-2: Способен определять круг задач в рамках поставленной цели и выбирать оптимальные</p>	<p>УК-2.1: Определяет в рамках поставленной цели проекта совокупность взаимосвязанных задач, обеспечивающих ее</p>	<p>УК-2.1: Знать: необходимые для осуществления профессиональной</p>	<p>Практическое задание</p>	<p>Зачёт: Проект</p>

<p>способы их решения, исходя из действующих правовых норм, имеющихся ресурсов и ограничений</p>	<p>достижение</p> <p>УК-2.2: Предлагает способы решения поставленных задач; оценивает предложенные способы с точки зрения соответствия цели проекта</p> <p>УК-2.3: Планирует реализацию задач в зоне своей ответственности с учетом имеющихся ресурсов и ограничений, действующих правовых норм</p> <p>УК-2.4: Выполняет задачи в зоне своей ответственности в соответствии с запланированными результатами и точками контроля, при необходимости корректирует способы решения задач</p> <p>УК-2.5: Представляет результаты проекта, предлагает возможности их использования и/или совершенствования</p>	<p>деятельности правовые нормы и методологию принятия управленческих решений.</p> <p>Уметь: применять необходимые для осуществления профессиональной деятельности правовые нормы и методологию принятия управленческих решений.</p> <p>Владеть: навыками применения необходимыми для осуществления профессиональной деятельности правовых норм; принятия управленческих решений.</p> <p>УК-2.2:</p> <p>Знать: целевые этапы и основные направления работы, выбирать оптимальные способы решения поставленных задач, исходя из действующих правовых норм, имеющихся ресурсов и ограничений</p> <p>Уметь:</p> <p>разрабатывать план и определять этапы проектной деятельности в сфере образования; выбирать оптимальные способы решения поставленных задач, исходя из действующих правовых норм, имеющихся ресурсов и ограничений</p> <p>Владеть:</p> <p>способами определения целевых этапов и основных направлений работы, выбирает оптимальные способы решения поставленных задач, исходя из действующих правовых норм, имеющихся ресурсов и ограничений</p> <p>УК-2.3:</p> <p>Знать: методику ведения проектной деятельности</p>		
--	--	--	--	--

		<p><i>Уметь: применять методiku ведения проектной деятельности</i></p> <p><i>Владеть: методикой организации проектной деятельности в сфере юриспруденции</i></p> <p><b>УК-2.4:</b></p> <p><i>Знать: методы корректировки способов решения поставленных проектных задач</i></p> <p><i>Уметь: контролировать ход выполнения проекта</i></p> <p><i>Владеть: навыками руководства ходом выполнения проекта в юридической деятельности</i></p> <p><b>УК-2.5:</b></p> <p><i>Знать: различные формы представления результатов проекта</i></p> <p><i>Уметь: презентовать результаты проекта</i></p> <p><i>Владеть: навыками презентации результатов проекта</i></p>		
--	--	---	--	--

### 3. Структура и содержание дисциплины

#### 3.1 Трудоемкость дисциплины

	<b>очная</b>	<b>очно-заочная</b>
<b>Общая трудоемкость, з.е.</b>	<b>1</b>	<b>1</b>
<b>Часов по учебному плану</b>	<b>36</b>	<b>36</b>
в том числе		
<b>аудиторные занятия (контактная работа):</b>		
- занятия лекционного типа	<b>4</b>	<b>4</b>
- занятия семинарского типа (практические занятия / лабораторные работы)	<b>12</b>	<b>12</b>
- КСР	<b>1</b>	<b>1</b>
самостоятельная работа	<b>19</b>	<b>19</b>
<b>Промежуточная аттестация</b>	<b>0</b> <b>Зачёт</b>	<b>0</b> <b>Зачёт</b>

#### 3.2. Содержание дисциплины

(структурированное по темам (разделам) с указанием отведенного на них количества академических часов и виды учебных занятий)

Наименование разделов и тем дисциплины	Всего (часы)		в том числе							
			Контактная работа (работа во взаимодействии с преподавателем), часы из них						Самостоятельная работа обучающегося, часы	
	Занятия лекционного типа		Занятия семинарского типа (практические занятия/лабораторные работы), часы		Всего					
ОФФ	ОЗФФ	ОФФ	ОЗФФ	ОФФ	ОЗФФ	ОФФ	ОЗФФ	ОФФ	ОЗФФ	
Тема 1 Введение в инновационное развитие	8	8	1	1	3	3	4	4	4	4
Тема 2. Бизнес-идея, бизнес-модель, бизнес-план	9	9	1	1	3	3	4	4	5	5
Тема 3. Создание и развитие стартапа	9	9	1	1	3	3	4	4	5	5
Тема 4. Оценка инвестиционной привлекательности проекта	9	9	1	1	3	3	4	4	5	5
Аттестация	0	0								
КСР	1	1					1	1		
Итого	36	36	4	4	12	12	17	17	19	19

### Содержание разделов и тем дисциплины

#### Тема 1 Введение в инновационное развитие

Сущность и свойства инноваций; классификация инноваций; инновационный процесс и инновационная деятельность; инновационное предпринимательство; базисные инновации и технологические уклады; основные этапы развития теории инноваций; модели инновационного процесса: линейная, модель давления рыночного спроса, интерактивная модель; гипотезы инновационного процесса: «технологического толчка» (от науки — к рынку), «давления рыночного спроса» (от потребностей рынка — к науке), интерактивной модели (дуальная модель, объединяющая два предыдущих подхода); способы выхода инноваций на рынок: парадигма «закрытых инноваций», модель «открытые инновации»; соответствие бизнес-модели инновационному процессу.

#### Тема 2. Бизнес-идея, бизнес-модель, бизнес-план

Как возникают бизнес идеи. Создание бизнес модели. Формализация бизнес модели. Трансформация бизнес модели в бизнес план.

#### Тема 3. Создание и развитие стартапа

«Идея стартапа: как найти и сформулировать». Идея и проблема. Отбор проблем. Стратегии генерирования бизнес-идей. Матрица поиска идей для стартапа. Поиск идей с помощью Яндекс Wordstat и Google Trends. Проработка и детализация идеи. Выбор идеи. Эксклюзивность идеи. Описание бизнес-идеи.

#### Тема 4. Оценка инвестиционной привлекательности проекта

Преинвестиционные исследования. Критерии оценки инвестиционного проекта. Задачи оценки эффективности инвестиционного проекта. Этапы процедуры. Показатели оценки эффективности инвестиционного проекта и методы их расчета.

### 4. Учебно-методическое обеспечение самостоятельной работы обучающихся

Самостоятельная работа обучающихся включает в себя подготовку к контрольным вопросам и заданиям для текущего контроля и промежуточной аттестации по итогам освоения дисциплины приведенным в п. 5.

## **5. Фонд оценочных средств для текущего контроля успеваемости и промежуточной аттестации по дисциплине (модулю)**

### **5.1 Типовые задания, необходимые для оценки результатов обучения при проведении текущего контроля успеваемости с указанием критериев их оценивания:**

#### **5.1.1 Типовые задания (оценочное средство - Тест) для оценки сформированности компетенции УК-10:**

1. Инновации — это конечный результат инновационной деятельности, получивший воплощение в (отметьте неправильный вариант):

- A. Новых продуктах.
- B. Новом технологическом процессе.
- C. Новом способе организации производства.
- D. Новом дизайне упаковки продукта.

2. К обязательным свойствам инноваций НЕ относится:

- A. Научно-техническая новизна.
- B. Производственная применимость.
- C. Коммерческий потенциал.
- D. Усовершенствованный дизайн.

3. Что из перечисленного можно отнести к инновационным продуктам и услугам (можно выбрать несколько вариантов ответа):

- A. Схема нового вида летательного аппарата.
- B. Новый цвет (красный) зубных щеток от известной российской компании.
- C. Найденный в процессе лабораторных работ студентов новый способ выращивания клеток Chlorophyta.
- D. Выпущенный на рынок новый процессор Intel Core 7-го поколения.

4. К эпохальным инновациям можно отнести:

- A. Освоение скотоводства.
- B. Выпуск новой модели мобильных телефонов с функцией LTE.
- C. Новый формат упаковки крема для лица Revitalift (50 мл, ранее — 100 мл).
- D. Смарт-часы Pebble (проект собрал на площадке Kickstarter более 10 млн долларов).

5. К улучшающим инновациям можно отнести:

- A. Освоение скотоводства.

- В. Выпуск новой модели мобильных теле-фонов с функцией LTE.
- С. Новый формат упаковки крема для лица Revitalift (50 мл, ранее — 100 мл).
- Д. Смарт-часы Pebble (проект собрал на площадке Kickstarter более 10 млн долларов).

6. К псевдоинновациям можно отнести:

- А. Освоение скотоводства.
- В. Выпуск новой модели мобильных теле-фонов с функцией LTE.
- С. Новый формат упаковки крема для лица Revitalift (50 мл, ранее — 100 мл).
- Д. Смарт-часы Pebble (проект собрал на площадке Kickstarter более 10 млн дол-ларов).

7. Шаблон бизнес-модели А. Остервальдера и И. Пенье включает в себя следующие блоки:

- А. Ценности, ценностное предложение, ключевые ресурсы, ключевые процессы, ключевые партнеры, потребители, ключевые конкуренты.
- В. Потребительские сегменты, взаимоотношения с клиентами, каналы сбыта, ценностное предложение, потоки поступления дохода, ключевые партнеры, основные виды деятельности, ключевые ресурсы, структура издержек.
- С. Внутренняя среда организации, внешняя среда организации, ценности, структура, цели, процессы, конкуренты, потребители, поставщики.

8. Какие факторы не входят в маркетинговую среду фирмы:

- А. Макрофакторы.
- В. Микрофакторы.
- С. Мезофакторы.
- Д. Мегафакторы.

9. Что такое B2C-рынок?

- А. Рынок организаций, приобретающих товары и услуги для использования их в процессе производства.
- В. Рынок отдельных лиц и домохозяйств, приобретающих товары и услуги лично-го потребления.
- С. Рынок организаций, приобретающих товары и услуги для последующей пере-продажи их с прибылью для себя.
- Д. Рынок «покупатель — покупателю».

10. Что такое time to market?

- А. Время, необходимое для выведения продукта на рынок.
- В. Время на развитие рынка.
- С. Время на поиск сегмента.
- Д. Время для проезда до рынка.

11. Преимуществами модели водопада являются (вычеркните лишний ответ):

- A. Очень подробное документирование процесса на каждой стадии.
- B. Требования к продукту четко определены.
- C. Снижение требований к квалификации разработчиков.
- D. Страховка от дефектов разработки благодаря жесткому планированию.
- E. Легко измеримые результаты каждой стадии.
- F. Логично «встраивается» в полный жизненный цикл продукта.
- G. Гибкий учет изменяющихся требований клиента на каждой фазе итераций.

12. Роль изобретательской идеи при разработке состоит в том, чтобы (выберите правильный ответ):

- A. Привлечь финансирование в проект.
- B. Устранить противоречие и, соответственно, решить проблему, содержащую это противоречие.
- C. Получить патент на изобретение.
- D. Начать разработку продукта.

13. Основным принципом теории ограничений является (выберите правильный ответ):

- A. Нужно учиться работать в условиях ограниченных ресурсов.
- B. В системе в каждый момент всегда есть только одно ограничение, только одно узкое место.
- C. Ограничение требований на компетенции персонала существенно повышает эффективность производства.
- D. Прибыль предприятия ограничена соотношением выручки и издержек.

14. Потребность (с точки зрения психологии) — это:

- A. Основа спроса.
- B. Биологическая реакция индивида на стимул, возникающий извне или изнутри и побуждающий организм перейти в активное состояние.
- C. Стремление достичь состояния общего психологического благополучия, обеспечить психологический комфорт и предотвратить/избавиться от дискомфорта.

15. Расположите формы потребности в порядке ее развития:

- A. Нужда — желание — запрос.
- B. Желание — нужда — запрос.
- C. Запрос — нужда — желание.

16. Что такое функциональная ценность товара в соответствии с подходом Шета, Ньюмана и Гросса?

- A. Воспринимаемая полезность блага, обусловленная специфической ситуацией, в которой находится субъект.
- B. Воспринимаемая полезность блага, обусловленная его способностью возбуждать чувства.
- C. Воспринимаемая полезность блага, обусловленная его способностью играть утилитарную роль.

17. Расположите в «классическом» порядке стадии потребительского процесса (процесс покупки):

А. Поиск информации — осознание потребности — оценка альтернатив — покупка — потребление — постпокупочное поведение.

В. Осознание потребности — поиск информации — оценка альтернатив — покупка — потребление — постпокупочное поведение.

С. Оценка альтернатив — поиск информации — осознание потребности — покупка — потребление — постпокупочное поведение.

1. Что является основой возникновения бизнес-идеи?

А. Возможности.

В. Ценности.

С. Получение прибыли.

2. Бизнес-модель — это:

А. Бизнес-идея, оформленная в виде бизнес-плана.

В. Концептуальная модель бизнеса, которая иллюстрирует логику создания добавленной стоимости (прибыли).

С. Соотношение спроса и предложения на ценностное предложение на рынке.

3. Отличительными чертами концепции бизнес-моделирования являются:

А. Сочетание динамического и статического подходов к бизнес-моделированию процессов.

В. Использование экономико-математического аппарата прогнозирования и моделирования бизнеса.

С. Целостный подход к описанию компании, включая такие аспекты, как корпоративная стратегия, структурные, финансовые, операционные механизмы, продукты и услуги, рассматриваемые как единая целостность в динамическом контексте.

4. Эффективная бизнес-модель определяется следующими параметрами:

А. Постоянный поиск новых возможностей, сочетание возможностей рынка и возможностей компании, интегрированность компании в создание цепочки ценностей, умение изменять существующую или создавать новую бизнес-модель в соответствии с новыми возможностями.

В. Эффективное взаимодействие с рынком, поставщиками и конкурентами.

С. Эффективное управление, организация операционной деятельности, отличная идея, которую можно кому-нибудь продать.

5. Стадии бизнес-планирования включают в себя:

А. Определение целей бизнеса, целей отделов и каждого сотрудника, оценка результативности деятельности компании, определение показателей эффективности.

В. Стратегическое планирование, средне-срочное планирование, краткосрочное планирование.

С. Определение целей, миссии, определение основных видов деятельности и компетенций, составление планов, оценка издержек на производство и реализацию продукции/услуги, оценка рисков.

6. Дайте определение целям компании:

- А. Желание стартапера или предпринимателя достигнуть результатов.
- В. Управленческое решение, связанное с обязательством решить определенные задачи в установленные сроки.
- С. Получение прибыли и коммерциализация идеи.

7. Что такое маркетинг-микс?

- А. Набор поддающихся контролю переменных факторов маркетинга.
- В. Набор факторов, влияющих на маркетинг.
- С. Комплекс стратегических партнеров.
- Д. Секретная формула продукта.

8. Что не входит в маркетинг-микс?

- А. Продуктовая политика.
- В. Ценовая политика.
- С. Политика поведения на переговорах.
- Д. Сбытовая политика.

10. Расставьте в правильном порядке стадии традиционного жизненного цикла продукта:

- А. Изучение рынка.
- В. Разработка продукта.
- С. Обслуживание и поддержка.
- Д. Вывод на рынок.
- Е. Продажи.
- Ф. Утилизация.

11. Стадии жизненного цикла товара (вычеркните ненужное):

- А. Выход на рынок.
- В. Спад.
- С. Рост.
- Д. Зрелость.
- Е. Обзвон клиентов.

12. Недостатками метода гибкой разработки являются (вычеркните лишний ответ):

- А. Не выглядит так «солидно», как жесткая каскадная схема.
- В. Некоторые клиенты не готовы идти на высокую вовлеченность в процесс разработки.
- С. Продукт для демонстрации появляется только на поздних стадиях.

. Менее подробная документация и стандартизация продукта

1. Какие этапы не обязательно должна пройти придуманная вами идея, чтобы превратиться в готовый инновационный продукт?

A. Этап прототипа (модели продукта).

B. Этап патентования.

C. Этап производства.

D. Этап первых продаж.

2. К механизмам работы компании по принципу «открытых инноваций» НЕ относится:

A. Публичная презентация нового продукта.

B. Стратегические альянсы с другими компаниями.

C. Создание корпоративных венчурных фондов.

D. Заказы на НИОКР у внешних лабораторий и компаний.

3. Стратегические решения обладают следующими характеристиками:

A. Необратимые, долгосрочные, имеющие ключевое влияние на компанию в целом, касаются всех сфер деятельности и управления.

B. Характерны только для крупных организаций, так как требуют большого штата сотрудников.

C. Принимаются руководителями и связаны со стратегической безопасностью организации.

4. Исследование заключалось в проведении группового интервью модератором в форме групповой дискуссии по заранее разработанному сценарию с небольшой группой «типичных» представителей изучаемой части населения, сходных по основным социальным характеристикам. Это было:

A. Глубинное интервью.

B. Анализ протокола.

C. Холл-тест.

D. Фокус-группа.

5. Какой из этих показателей больше РАМ?

A. ТАМ.

B. САМ.

C. СОМ.

D. Никакой.

6. Какой из этих показателей меньше SOM?

A. ТАМ.

B. САМ.

- C. РАМ.
- D. Никакой.

7. Взаимодействие рынка и продукта описывается следующим циклом (расставьте стадии в правильном порядке):

- A. Выход на рынок.
- B. Разработка нового продукта.
- C. Создание новой технологии или бизнес-модели.
- D. Появление требований по улучшению.
- E. Запрос на изменения.

8. Как эффективнее всего снизить высоту барьера неплатежеспособности (товар — 3-комнатная квартира)?

- A. Поднять цену на товар.
- B. Предложить рассрочку или кредит.
- C. Снизить цену на 3%.

9. В какой ситуации наиболее сильно влияние референтных групп на выбор индивидуальным потребителем товар-ной группы и товарной марки?

- A. Публичных товаров первой необходимости (открытое потребление).
- B. Личных товаров первой необходимости (скрытое потребление).
- C. Личных товаров роскоши (скрытое потребление).
- D. Публичных товаров роскоши (открытое потребление).

10. Какой из этих барьеров на пути осуществления запроса относится к внутренним?

- A. Барьер несоответствия воспринимаемых выгод и цены товара (ложное или действительное несоответствие).
- B. Накладываемые семьей.
- C. Отсутствие товара.

### Критерии оценивания (оценочное средство - Тест)

Оценка	Критерии оценивания
зачтено	зачтено отлично Все компетенции (части компетенций), на формирование которых направлена дисциплина, сформированы на уровне не ниже «отлично», при этом хотя бы одна компетенция сформирована на уровне «отлично» очень хорошо Все компетенции (части компетенций), на формирование которых направлена дисциплина, сформированы на уровне не ниже «очень хорошо», при этом хотя бы одна компетенция сформирована на уровне «очень хорошо» хорошо Все компетенции (части компетенций), на формирование которых направлена дисциплина, сформированы на уровне не ниже «хорошо», при этом хотя бы одна компетенция сформирована на уровне «хорошо» удовлетворительно Все компетенции (части компетенций), на формирование которых направлена дисциплина, сформированы на уровне не ниже «удовлетворительно», при этом хотя бы одна компетенция сформирована на уровне

Оценка	Критерии оценивания
	«удовлетворительно»
не зачтено	не зачтено неудовлетворительно Хотя бы одна компетенция сформирована на уровне «неудовлетворительно», ни одна из компетенций не сформирована на уровне «плохо» плохо Хотя бы одна компетенция сформирована на уровне «плохо»

### 5.1.2 Типовые задания (оценочное средство - Практическое задание) для оценки сформированности компетенции УК-2:

**Практическое задание.** Как вы думаете, каковы основные минусы при использовании линейной модели инноваций, основанной на гипотезе «технологического толчка» («от науки — к рынку»)?

**Практическое задание.** Как вы думаете, каковы основные минусы при использовании линейной модели инноваций, основанной на гипотезе «давления рыночного спроса»?

**Практическое задание.** Используя схему (см. рис.), раскройте императивные отличия предпринимателя от менеджера, промоутера и изобретателя. Определите, в чем разница между ними по следующим направлениям:

1. Мотивация их действий.
2. Методы реализации новой идеи.
3. Использование ресурсов, формы и методы привлечения необходимых ресурсов, ответственность.
4. Отношение к организационной структуре.



**Практическое задание.** Проанализируйте и сравните, какое влияние на существующие рынки оказывают радикальные (базисные) и улучшающие (поддерживающие) инновации.

Охарактеризуйте инновации, приведенные ниже, в зависимости от глубины вносимых изменений.

### КЛАССИФИКАЦИЯ ИННОВАЦИЙ

№	Критерий	Виды инноваций
1	Уровень новизны (глубина вносимых изменений)	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Эпохальные.</li> <li>• Базисные (радикальные).</li> <li>• Улучшающие (поддерживающие).</li> <li>• Псевдоинновации</li> </ul>
2	Влияние на рынок (степень подрыва)	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Подрывные.</li> <li>• Неподрывные</li> </ul>
3	По типу технических параметров	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Продуктовые.</li> <li>• Процессные</li> </ul>
4	Сфера распространения	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Новые для сферы бизнеса в мире.</li> <li>• Новые для сферы бизнеса в стране.</li> <li>• Новые для данного предприятия</li> </ul>
5	Преемственность	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Замещающие.</li> <li>• Отменяющие.</li> <li>• Расширяющие</li> </ul>
6	Охват	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Локальные.</li> <li>• Системные.</li> <li>• Стратегические</li> </ul>
7	Время выхода на рынок	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Инновации-лидеры.</li> <li>• Инновации-последователи</li> </ul>
8	Место в процессе производства	<ul style="list-style-type: none"> <li>• На «входе».</li> <li>• На «выходе».</li> <li>• Инновации системной структуры</li> </ul>
9	По области применения	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Технические.</li> <li>• Технологические.</li> <li>• Организационно-управленческие.</li> <li>• Информационные.</li> <li>• Социальные</li> </ul>

**Практическое задание.** Назовите прямых и косвенных конкурентов для следующих компаний и продуктов:

1. BMW.
2. Apple iPhone.
3. Skype.

### Типовые практические задания для оценки сформированности компетенции УК-2

**Практическое задание.** Компания WonderMe производит мелкую бытовую технику и электронику в особом, необычном дизайне (например, универсальный пульт ДУ в форме сэндвича, компьютерную мышь, оформленную как чучело настоящей мыши, наушники в форме змей и т. п.). Уникальность предложения заключается в работе по индивидуальным требованиям и желаниям заказчика, т. е. имеющаяся собственная технология на основе 3D-принтинга позволяет создать практически любой дизайн любого небольшого технического устройства. Компания хочет выйти на новый уровень развития, в том числе на международный рынок.

Определите:

1. Основной вид деятельности компании WonderMe.
2. Ценностное предложение компании WonderMe.
3. Основные компетенции по созданию ценностного предложения.
4. Ключевые краткосрочные и долгосрочные цели компании.
5. Состав ресурсов для достижения долгосрочных целей.
6. Основные риски при реализации целей.

**Практическое задание.** Представим компанию X, которая разработала технологию управления скутером без участия человека: задается маршрут, и скутер доставляет человека до указанного места. Прямых конкурентов у продукта нет. Разработанный скутер планируется выводить на рынок по цене, на 50% превышающей среднюю цену скутеров, представленных на рынке в настоящее время. Данный продукт будет реализовываться только в крупных городах через шоурумы компании X. Концепция позиционирования может быть охарактеризована как «Восьмое чудо света». Планируется активное продвижение с использованием массовых медиаканалов.

Задание: необходимо смоделировать потребность в рассматриваемом товаре. Определить гипотетические барьеры. Проанализировать, насколько верны планируемые действия компании. Для выполнения данного задания предварительно составьте «гайд-интервью с потребителем» (о чем будете беседовать — о потребностях, барьерах и пр.).

**Практическое задание.** Укажите, какой тип исследования необходимо провести, чтобы получить ответы на следующие вопросы:

1. Компания, занимающаяся разработкой приложения по доставке еды, нашла уникальную на рынке нишу: приготовление и доставка домашней еды по запросу соседей. Необходимо оценить конкурентоспособность предложения.
2. Компания разрабатывает приложение, в котором можно найти информацию об имеющихся поблизости удобствах для родителей с маленькими детьми (пеленальные комнаты, рестораны с детским питанием, аптеки и т. д.). Необходимо изучить модель поведения потребителей с маленькими детьми и оценить способ использования данного приложения.
3. Компания оценивает возможность открытия завода и переноса производства на локальный рынок для большего его освоения. Необходимо принять решение о целесообразности данных вложений.

Укажите, какой тип информации необходимо в первую очередь получить во время маркетингового исследования, если:

1. Компания разработала прототип робота для помощи мамам грудных детей, у которых ребенок всегда на руках. Робот может быть использован для нарезания, помешивания еды, вытирания со стола. Компания стремится определить, насколько потребительские характеристики робота устраивают потенциальных потребителей.
2. Компания разрабатывает домашние гидропонные системы. Необходимо выяснить, какой максимальный объем рынка возможен в исследуемом регионе.

**Практическое задание.** Изучите предлагаемое описание прорывных технологий последних лет. В группах придумайте по одному примеру нового гаджета, основанного на данных технологиях, который мог бы появиться в повседневной жизни каждого жителя нашей планеты.

1. Интернет вещей. К Интернету вещей относятся разного рода встроенные в машины сенсоры и приложения, а так-же вся инфраструктура для автоматизированной работы. Наиболее показательный пример: использование дистанционного контроля для лечения заболеваний, системы «умный дом» и другие.
2. Передовая робототехника. Представляет собой не только производственную робототехнику, но и множество различных систем, включая экзоскелеты, которые увеличивают физические возможности человека, например, людей с ограниченными возможностями.
3. Накопление и хранение энергии. Прогресс в технологиях накопления и хранения энергии позволит сделать более экологически чистые гибридные автомобили полноценными конкурентами традиционных, стабилизировать работу электросетей и упростить процесс электрификации труднодоступных регионов.
4. Трехмерная печать. Представляет собой метод послойного создания физического объекта на основе виртуальной трехмерной модели. За четыре года стоимость домашнего принтера 3D-печати упала в 10 раз.
5. Высокотехнологичные материалы и но-вые материалы с новыми свойствами. Например, нанолечения, суперкон-денсаторы, сверхъёмкостные батареи, сверхгладкие покрытия и ультратонкие экраны.

**Практическое задание.** На рынок РФ выводится новая модель мобильного телефона. Товар ориентирован на возрастную группу подростков и взрослых от 13 до 45 лет. Позиционируется как самый легкий и тонкий смартфон в мире, бренд неизвестен, производство — Южная Корея. Стоимость 36 000 рублей за штуку (одна комплектация).

Подумайте, какие коммуникационные инструменты (реклама — где? мероприятия — какие? скидки/подарки — когда и какие? интернет-продвижение — ка-кое?) можно использовать для воздействия на потенциальных потребителей на стадии внутреннего и внешнего поиска информации. Предварительно нужно составить алгоритм того, как потребитель в данном случае ищет нужную ему информацию.

#### **Критерии оценивания (оценочное средство - Практическое задание)**

Оценка	Критерии оценивания
зачтено	зачтено отлично Все компетенции (части компетенций), на формирование которых направлена дисциплина, сформированы на уровне не ниже «отлично», при этом хотя бы одна компетенция сформирована на уровне «отлично» очень хорошо Все компетенции (части компетенций), на формирование которых направлена дисциплина, сформированы на уровне не ниже «очень хорошо», при этом хотя бы одна компетенция сформирована на уровне «очень хорошо» хорошо Все компетенции (части компетенций), на формирование которых направлена дисциплина, сформированы на уровне не ниже «хорошо», при этом хотя бы одна компетенция сформирована на уровне «хорошо» удовлетворительно Все компетенции (части компетенций), на формирование которых направлена дисциплина, сформированы на уровне не ниже «удовлетворительно», при этом хотя бы одна компетенция сформирована на уровне

Оценка	Критерии оценивания
	«удовлетворительно»
не зачтено	не зачтено неудовлетворительно Хотя бы одна компетенция сформирована на уровне «неудовлетворительно», ни одна из компетенций не сформирована на уровне «плохо» плохо Хотя бы одна компетенция сформирована на уровне «плохо»

## 5.2. Описание шкал оценивания результатов обучения по дисциплине при промежуточной аттестации

### Шкала оценивания сформированности компетенций

Уровень сформированности компетенций (индикатора достижения компетенций)	плохо	неудовлетворительно	удовлетворительно	хорошо	очень хорошо	отлично	превосходно
	не зачтено			зачтено			
<u>Знания</u>	Отсутствие знаний теоретического материала. Невозможность оценить полноту знаний вследствие отказа обучающегося от ответа	Уровень знаний ниже минимальных требований. Имели место грубые ошибки	Минимально допустимый уровень знаний. Допущено много негрубых ошибок	Уровень знаний в объеме, соответствующем программе подготовки. Допущено несколько негрубых ошибок	Уровень знаний в объеме, соответствующем программе подготовки. Допущено несколько несущественных ошибок	Уровень знаний в объеме, соответствующем программе подготовки. Ошибок нет.	Уровень знаний в объеме, превышающем программу подготовки.
<u>Умения</u>	Отсутствие минимальных умений. Невозможность оценить наличие умений вследствие отказа обучающегося от ответа	При решении стандартных задач не продемонстрированы основные умения. Имели место грубые ошибки	Продемонстрированы основные умения. Решены типовые задачи с негрубыми ошибками. Выполнены все задания, но не в полном объеме	Продемонстрированы все основные умения. Решены все основные задачи с негрубыми ошибками. Выполнены все задания в полном объеме, но некоторые с недочетами	Продемонстрированы все основные умения. Решены все основные задачи. Выполнены все задания в полном объеме, но некоторые с недочетами	Продемонстрированы все основные умения. Решены все основные задачи с отдельными несущественными недочетами, выполнены все задания в полном объеме	Продемонстрированы все основные умения. Решены все основные задачи. Выполнены все задания, в полном объеме без недочетов
<u>Навыки</u>	Отсутствие базовых навыков. Невозможность оценить наличие навыков	При решении стандартных задач не продемонстрированы базовые навыки. Имели	Имеется минимальный набор навыков для решения	Продемонстрированы базовые навыки при решении стандартны	Продемонстрированы базовые навыки при решении стандартны	Продемонстрированы навыки при решении нестандарт	Продемонстрирован творческий подход к решению нестандартны

	вследствие отказа обучающегося от ответа	место грубые ошибки	стандартны х задач с некоторым и недочетами	х задач с некоторым и недочетами	х задач без ошибок и недочетов	ных задач без ошибок и недочетов	х задач
--	--	---------------------	---	----------------------------------	--------------------------------	----------------------------------	---------

### Шкала оценивания при промежуточной аттестации

Оценка		Уровень подготовки
зачтено	<b>превосходно</b>	Все компетенции (части компетенций), на формирование которых направлена дисциплина, сформированы на уровне не ниже «превосходно», продемонстрированы знания, умения, владения по соответствующим компетенциям на уровне выше предусмотренного программой
	<b>отлично</b>	Все компетенции (части компетенций), на формирование которых направлена дисциплина, сформированы на уровне не ниже «отлично».
	<b>очень хорошо</b>	Все компетенции (части компетенций), на формирование которых направлена дисциплина, сформированы на уровне не ниже «очень хорошо»
	<b>хорошо</b>	Все компетенции (части компетенций), на формирование которых направлена дисциплина, сформированы на уровне не ниже «хорошо».
	<b>удовлетворительно</b>	Все компетенции (части компетенций), на формирование которых направлена дисциплина, сформированы на уровне не ниже «удовлетворительно», при этом хотя бы одна компетенция сформирована на уровне «удовлетворительно»
не зачтено	<b>неудовлетворительно</b>	Хотя бы одна компетенция сформирована на уровне «неудовлетворительно».
	<b>плохо</b>	Хотя бы одна компетенция сформирована на уровне «плохо»

### 5.3 Типовые контрольные задания или иные материалы, необходимые для оценки результатов обучения на промежуточной аттестации с указанием критериев их оценивания:

#### 5.3.1 Типовые задания (оценочное средство - Контрольные вопросы) для оценки сформированности компетенции УК-10

Инновации как продукт и инновации как процесс.
Принципиальное разграничение понятий «новшество» и «инновация».
Понятия инновационного процесса, две фазы инновационного процесса и их характеристика.
Модели инновационного процесса. Линейная модель, основанная на гипотезе «технологического толчка».
Модели инновационного процесса. Линейная модель, основанная на гипотезе «давления

рыночного спроса».

Интерактивная модель инновационного процесса.

Какие изменения происходят с командой на протяжении жизненного цикла проекта?

Факторы успеха идеи: трансформация идеи в бизнес-идею.

Понятие бизнес-модели: подходы, авторы.

Состав и содержание ключевых компонент бизнес-модели.

Бизнес-модель М. Джонсона, К. Кристенсена, Х. Кагерманна.

Содержание блока «Ценностное предложение» и «Формула прибыли» бизнес-модели М. Джонсона, К. Кристенсена, Х. Кагерманна.

Ключевые ресурсы и ключевые процессы как элементы бизнес-модели М. Джонсона, К. Кристенсена, Х. Кагерманна.

Общие положения концепции бизнес-модели А. Остервальдера и И. Пенье.

Особенности и содержание процесса трансформации бизнес-идеи в бизнес-план.

Типовая структура бизнес-плана. Виды планов.

Содержание и сущность процесса генерирования идей.

Опишите основные отличия стартапа от «традиционного» бизнеса, методики и путь развития.

Сформулируйте концепцию экономичного (бережливого) стартапа (LeanStartup): происхождение, автор, описание, применение для развития стартапа.

В чем состоит концепция HADI-циклов и их применения для тестирования гипотез стартапа?

Что такое модель SPACE? Опишите шаблон, описание, характеристики «орбит», примеры применения.

Каковы основные составляющие бизнес-модели стартапа? Перечислите основные шаблоны.

Опишите этапы развития стартапа с точки зрения создания продукта: идея, прототип, соответствие продукта рынку, трекшн, рост и укрепление позиций, масштабирование.

Раскройте инвестиционную классификацию стадий развития стартапов: идея, PreSeed, Раунд А (B, C, D), IPO.

Что такое малое инновационное предприятие: определение, преимущества и недостатки, этапы создания?

Какова структура эффективной презентации и почему она такова?

Какие существуют виды презентации для инвесторов и почему они разные?

В чем нужно убедить инвестора во время презентации и как это сделать?

В чем состоит цель презентации при проблемном интервью?

Какова цель продающей презентации и какое место она занимает в общем маркетинговом плане?

Проанализируйте свою презентацию, сделанную на деловой игре с учетом замечаний, высказанных на обсуждении, — какие части презентации вызвали одобрение и какие еще нужно доработать?

### **Критерии оценивания (оценочное средство - Контрольные вопросы)**

Оценка	Критерии оценивания
зачтено	зачтено отлично Все компетенции (части компетенций), на формирование которых направлена дисциплина, сформированы на уровне не ниже «отлично», при этом хотя бы одна компетенция сформирована на уровне «отлично» очень хорошо Все компетенции (части компетенций), на формирование которых направлена дисциплина, сформированы на уровне не ниже «очень хорошо», при этом хотя бы одна компетенция сформирована на уровне «очень хорошо» хорошо Все компетенции (части компетенций), на формирование которых направлена дисциплина, сформированы на уровне не ниже «хорошо», при этом хотя бы одна компетенция сформирована на уровне «хорошо» удовлетворительно Все компетенции (части компетенций), на формирование которых направлена дисциплина, сформированы на уровне не ниже «удовлетворительно», при этом хотя бы одна компетенция сформирована на уровне «удовлетворительно»
не зачтено	не зачтено неудовлетворительно Хотя бы одна компетенция сформирована на уровне «неудовлетворительно», ни одна из компетенций не сформирована на уровне «плохо» плохо Хотя бы одна компетенция сформирована на уровне «плохо»

### **5.3.2 Типовые задания (оценочное средство - Проект) для оценки сформированности компетенции УК-2**

#### **Проектная деятельность**

Команда будет состоять из 4–7 человек, окончательное распределение по командам произойдет уже на втором занятии. В ходе первого занятия будут представлены описания нескольких технологических разработок, существующих либо в виде концепта, либо в виде прототипа. Перед командой стоит задача разработки проекта коммерциализации выбранной разработки, которая включает в себя проведение исследования рынка, выявление потенциальных целевых сегментов, разработку стратегии внедрения инновации на рынок, разработку и тестирование MVP, анализ источников финансирования проекта и т. д. Работа будет развиваться поэтапно в течение всех практических занятий по курсу. Результатом работы каждой команды является бизнес-проект, оценку которого проводит жюри, формируемое преподавателем. В жюри могут быть приглашены специалисты в области маркетинга, управления инновациями, венчурных инвестиций, финансирования бизнеса и т. д. Оценка проектов жюри происходит по заранее определенным критериям.

### **Первый этап работы с групповым проектом**

Требования к оформлению отчета. Объем каждого еженедельного письменного отчета — не менее 2 тысяч и не более 5 тысяч знаков. Еженедельные отчеты в электронном и печатном формате сдаются для проверки преподавателю перед каждым последующим занятием. Итоговый отчет сдается преподавателю перед занятием 14. На данном занятии происходит обучение составлению презентации на основе подготовленных командами отчетов (шаблоны презентаций представлены на сайте <https://www.innovationeconomy.ru/>). Итоговый групповой отчет по проекту должен включать в себя всю совокупность письменных домашних заданий по групповому проекту, выполненных командой в ходе работы по курсу с первого по последнее занятие с учетом обратной связи от преподавателя.

### **Второй этап**

Презентация проекта. На последнем занятии все команды представляют свои проекты экспертному жюри в рамках питч-сессии. В рамках итоговой презентации команды представляют проекты, доработанные в соответствии с рекомендациями по итогам первого этапа. Вся совокупность еженедельных отчетов оформляется командами в презентацию для питч-сессии. Содержание презентации:

- название проекта;
- суть проекта;
- какую проблему потребителя решает продукт/услуга, конкурентные преимущества;
- потенциал рынка;
- предлагаемая технология;
- бизнес-модель;
- команда;
- текущее состояние и достигнутые результаты по тестированию MVP;
- риски;
- экономика проекта и финансовый план;
- предложение инвестору;
- контактная информация.

Цель итоговой презентации — представление инновационного проекта перед жюри, члены которого выступают в роли потенциальных инвесторов, а также для привлечения потенциальных

клиентов. Команды не ограничены в применении презентационных средств, музыкальных, световых, видео-, спецэффектов и т. д. Команды также могут подготовить рекламные материалы и иной раздаточный материал для распространения по залу.

### **Оценка результатов итоговой презентации**

Оценка итоговой презентации определяется совокупно по итогам оценки экспертов

Итоговые презентации оцениваются экспертами по следующим критериям: у обоснованность аналитических выводов о состоянии и тенденциях развития исследуемого рынка и перспективах внедрения инновации; у системность анализа, учет всех релевантных факторов макро- и микросреды исследуемого рынка; у качество и обоснованность предлагаемых маркетинговых решений; у обоснованность инвестиций в инновационную разработку; у системность рекомендаций по выведению инновации на рынок; у качество представления презентации; у качество защиты проекта (ответов на вопросы экспертов и публики).

### **Требования к презентации результатов каждого этапа группового проекта**

Основные результаты исследования презентуются публично. Регламент: 5 минут на презентацию и 10 минут на ответы на вопросы экспертов. Оформление презентации, раздаточных материалов, подготовка сопутствующих материалов и т. д. остаются на усмотрение команды.

### **Критерии оценивания (оценочное средство - Проект)**

Оценка	Критерии оценивания
зачтено	зачтено отлично Все компетенции (части компетенций), на формирование которых направлена дисциплина, сформированы на уровне не ниже «отлично», при этом хотя бы одна компетенция сформирована на уровне «отлично» очень хорошо Все компетенции (части компетенций), на формирование которых направлена дисциплина, сформированы на уровне не ниже «очень хорошо», при этом хотя бы одна компетенция сформирована на уровне «очень хорошо» хорошо Все компетенции (части компетенций), на формирование которых направлена дисциплина, сформированы на уровне не ниже «хорошо», при этом хотя бы одна компетенция сформирована на уровне «хорошо» удовлетворительно Все компетенции (части компетенций), на формирование которых направлена дисциплина, сформированы на уровне не ниже «удовлетворительно», при этом хотя бы одна компетенция сформирована на уровне «удовлетворительно»
не зачтено	не зачтено неудовлетворительно Хотя бы одна компетенция сформирована на уровне «неудовлетворительно», ни одна из компетенций не сформирована на уровне «плохо» плохо Хотя бы одна компетенция сформирована на уровне «плохо»

## **6. Учебно-методическое и информационное обеспечение дисциплины (модуля)**

Основная литература:

1. Евсеева С. А. Инновационное развитие организаций / Евсеева С. А., Герасимова М. М., Чижов А. П. - Красноярск : СибГУ им. академика М. Ф. Решетнёва, 2021. - 152 с. - Библиогр.: доступна в карточке книги, на сайте ЭБС Лань. - Книга из коллекции СибГУ им. академика М. Ф. Решетнёва - Экономика и менеджмент. - ISBN 978-5-86433-866-7., <https://e-lib.unn.ru/MegaPro/UserEntry?Action=FindDocs&ids=783844&idb=0>.
2. Алиев Вагиф Судеиф. Бизнес-планирование: практикум с использованием программы Project Expert : Учебное пособие / Финансовый университет при Правительстве Российской Федерации. - 3. - Москва : ООО "Научно-издательский центр ИНФРА-М", 2023. - 287 с. - (Высшее образование: Бакалавриат (Финуниверситет)). - ВО - Бакалавриат. - ISBN 978-5-16-016877-7. - ISBN 978-5-16-109410-5., <https://e-lib.unn.ru/MegaPro/UserEntry?Action=FindDocs&ids=837928&idb=0>.
3. Чиркова Ирина Григорьевна. Оценка инвестиционной привлекательности производственных предприятий в инновационной экономике : Учебное пособие / Новосибирский государственный технический университет; Новосибирский государственный аграрный университет. - Новосибирск : Новосибирский государственный технический университет (НГТУ), 2020. - 68 с. - ВО - Бакалавриат. - ISBN 978-5-7782-4212-8., <https://e-lib.unn.ru/MegaPro/UserEntry?Action=FindDocs&ids=833484&idb=0>.

Дополнительная литература:

1. Котлер Филип. Латеральный маркетинг : Технология поиска революционных идей Учебное пособие; Учебное пособие / Северо-Западный университет (США). - Москва : ООО "Альпина Паблишер", 2016. - 206 с. - Аспирантура. - ISBN 978-5-9614-5420-8., <https://e-lib.unn.ru/MegaPro/UserEntry?Action=FindDocs&ids=596517&idb=0>.

Программное обеспечение и Интернет-ресурсы (в соответствии с содержанием дисциплины):

1. Справочная правовая система «Гарант»: <http://www.garant.ru/>
2. Справочная правовая система «Консультант Плюс»: <http://www.consultant.ru/>
3. Электронно-библиотечная система «Консультант студента»: <http://www.studentlibrary.ru/>
4. Электронно-библиотечная система «Знаниум»: <http://znanium.com/>
5. Электронно-библиотечная система «Лань»: <https://e.lanbook.com/>
6. Операционная система Microsoft Windows
7. Пакет прикладных программ Microsoft Office

## **7. Материально-техническое обеспечение дисциплины (модуля)**

Учебные аудитории для проведения учебных занятий, предусмотренных образовательной программой, оснащены мультимедийным оборудованием (проектор, экран), техническими средствами обучения.

Помещения для самостоятельной работы обучающихся оснащены компьютерной техникой с возможностью подключения к сети "Интернет" и обеспечены доступом в электронную информационно-образовательную среду.

Программа составлена в соответствии с требованиями ОС ННГУ по направлению подготовки/специальности 40.03.01 - Юриспруденция.

Автор(ы): Иванов Павел Юрьевич, кандидат юридических наук.

Заведующий кафедрой: Дюдяков Алексей Александрович, кандидат медицинских наук.

Программа одобрена на заседании методической комиссии от 04.12.2025, протокол № 28.